

<<迈向产品系>>

图书基本信息

书名：<<迈向产品系>>

13位ISBN编号：9787547809686

10位ISBN编号：7547809685

出版时间：2012-3

出版时间：上海科学技术出版社

作者：龙S, 李忆, 毛利虹 著

页数：238

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<迈向产品系>>

内容概要

20世纪80年代末期开始的大规模旧城改造和住宅建设中，地产景观经历着从无到有、从粗放到精细的过程。

对景观产品进行研发并全国性复制和推广，成为很多全国性开发商解决快速开发与高品质景观这一矛盾呈现的方式，独特的背景下产生了“景观产品系”这一概念。

本书《迈向产品系——地产景观之路》筛选了全国具有代表性的十二家地产商，分析整理其近年来的优秀产品项目景观动向，在剖析景观产品系意义的同时，探究其研发体系、实施体系以及景观功能模块等多个体系内部环节，从而为企业构建景观产品系提供参考性框架。

在借鉴此框架的基础上，以期建立一套专业技术意义上的方法论，为未来产品系的差异化与创新性发展提供有益的坐标参照系。

<<迈向产品系>>

书籍目录

第1章 地产开发的产品化趋势

- 一、城市化进程中的地产开发
 - (一)我国面临的快速城市化背景
 - (二)地产开发的产品化趋势
- 二、有待发展的地产景观设计理论与实践
 - (一)传统造园技艺的局限
 - (二)构建中的地产景观设计理论与实践
- 三、有待提升的景观设计管理体系
- 四、实践中的景观产品系

第2章 后工业时代的人居环境与品系化的地产景观

- 一、后工业时代的人居环境
 - (一)影响未来人居的自然与社会因素
 - 1.倾听地球的声音,应对全球变暖与对环境的拯救
 - 2.未来人居的需求
 - (二)后工业时代的居住风潮及其走向
 - 1.与环境保护相契合的节能与低碳住宅景观
 - 2.回归传统居住文明的“新中式”景观
 - 3.混合型住区及环境
 - 4.异域风情景观的本土化
- 二、品系化的地产景观
 - (一)品系化地产景观产生的原因
 - (二)打造品系化地产景观

第3章 地产景观产品系体系

- 一、地产景观产品系体系概述
- 二、地产景观产品系研发体系
 - (一)地产项目定位
 - (二)产品创新模式
 - 1.高端拷贝模式
 - 2.积木模块模式
 - 3.螺旋突变模式
 - (三)设计控制体系
- 三、地产景观产品系实施体系
 - (一)施工技术及产品标准化
 - (二)部品工业化
 - (三)景观功能模块
 - 1.景观分区控制
 - 2.专项设计
 - (四)景观施工管控体系
 - 1.景观施工控制要点
 - 2.苗木施工技术要点
 - 3.景观施工成本控制重点

第4章 十二家大型地产开发商景观产品概况分析

<<迈向产品系>>

一、万科地产

(一)集团概况与战略路径

(二)地产景观产品系的核心竞争力

- 1.景观产品的推出均与时代的社会化背景相吻合
- 2.景观产品系的丰度与广度均领先全国
- 3.擅长发掘项目自身独特魅力，具有区域性的特征
- 4.环保节能

(三)具备核心竞争力的地产景观产品系

- 1.现代风格系列
- 2.南亚风格系列
- 3.地中海风格系列
- 4.工业化景观系列
- 5.新中式风格系列
- 6.城市综合体系列

二、龙湖地产

(一)集团概况与战略路径

(二)地产景观产品系定位与风格

- 1.现代风格系列
- 2.地中海风格系列

(三)植物景观保障实施体系

三、中海地产

(一)集团概况与战略路径

(二)地产景观产品系的核心竞争力

- 1.反对复制，提倡差异化的产品设计
- 2.产品业态丰富，满足城市高端人群需要
- 3.将精品意识注入产品

(三)具备核心竞争力的地产景观产品系

- 1.欧式风格系列
- 2.现代风格系列

四、绿城地产

(一)集团概况与战略路径

(二)地产景观产品系的核心竞争力

- 1.地产景观产品系丰富且定位明确
- 2.塑造文化品味，专注意境营造
- 3.经营与管理：在创新中不断强化优势

(三)具备核心竞争力的地产景观产品系

- 1.欧式风格系列
- 2.现代风格系列
- 3.新江南园林风格系列

(四)绿城景观产品分类研究

- 1.硬景营造
- 2.软景营造
- 3.材料体系

五、金地地产

(一)集团概况与战略路径

(二)地产景观产品系的核心竞争力

- 1.景观设计与目标市场紧密结合

<<迈向产品系>>

- 2.时尚前卫的产品定位
- 3.东方意境风格营造
 - (三)具备核心竞争力的地产景观产品系
- 1.现代风格系列
- 2.新东方主义风格系列
- 3.欧式风格系列
- 六、SOHO地产
 - (一)集团概况与战略路径
 - (二)地产景观产品系的核心竞争力
- 1.时尚的设计风格
- 2.艺术化的设计倾向
- 3.前卫的色系与材料运用
 - (三)具备核心竞争力的地产景观产品系
- 1.商业写字楼 / 商业中心系列
- 2.商业公寓系列
- 3.特色旅游项目
- 七、恒大地产
 - (一)集团概况与战略路径
 - (二)地产景观产品系的核心竞争力
- 1.绝对统一标准的景观营造理念
- 2.经典欧式造型的标准化复制
 - (三)具备核心竞争力的地产景观产品系
- 1.欧陆风格系列
- 八、华润地产
 - (一)集团概况与战略路径
 - (二)地产景观产品系的核心竞争力
- 1.高品质战略
- 2.艺术地产缔造者
 - (三)具备核心竞争力的地产景观产品系
- 1.现代简约风格系列
- 2.英伦风情系列
- 3.异域风情系列
- 九、融侨地产
 - (一)集团概况与战略路径
 - (二)地产景观产品系的核心竞争力
- 1.公共部分景观配套先行理念
- 2.简约舒适的景观风格
 - (三)具备核心竞争力的地产景观产品系
- 1.现代简约风格系列
- 2.装饰艺术(Art Deco)风格系列
- 3.经典人文主义风格
- 4.公共景观
- 十、瑞安地产
 - (一)集团概况与战略路径
 - (二)地产景观产品系的核心竞争力
- 1.体现地域文化特征
- 2.传统文化与时尚现代相结合的产品定位

<<迈向产品系>>

(三)具备核心竞争力的地产景观产品系

- 1.新中式风格系列——商业地产类
- 2.现代风格系列——住宅类

十一、仁恒地产

(一)集团概况与战略路径

(二)地产景观产品系的核心竞争力

- 1.几何化构图的现代景观规划手法
- 2.营造东方意境的景观氛围
- 3.功能性空间的公共化处理

(三)具备核心竞争力的地产景观产品系

- 1.现代简约风格系列

(四)仁恒景观产品分类研究

- 1.硬景营造
- 2.软景营造

十二、星河湾地产

(一)集团概况与战略路径

(二)地产景观产品系的核心竞争力

- 1.打造奢侈品牌，形成口碑和印象
- 2.“慢”工出细活的产品营造理念

(三)具备核心竞争力的地产景观产品系

第5章 地产景观产品系形成机制研究

一、地产景观产品系形成机制分析

- (一)机制一：主流地产商开发量快速增长
- (二)机制二：主流地产商需形成景观风格与题材差异化
- (三)机制三：产品组合策略与企业发展战略相契合

二、六家地产公司景观产品形成机制

- 1.万科
- 2.龙湖
- 3.绿城
- 4.恒大
- 5.星河湾
- 6.SoHo中国

<<迈向产品系>>

编辑推荐

《迈向产品系：地产景观之路》以5章篇幅，分别介绍了：地产开发的产品化趋势；后工业时代的人居环境与品系化的地产景观；地产景观产品系体系；十二家大型地产开发商景观产品概况分析；地产景观产品系形成机制研究。

<<迈向产品系>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>